
ARTÍCULOS / ARTICLES

VALOR PATRIMONIAL DE LOS PAISAJES DEL VINO Y SU PROMOCIÓN EN LOS VALLES Y LLANURAS DEL ESTE DE ZAMORA

Juan Ignacio Plaza Gutiérrez

Universidad de Salamanca

jip@usal.es

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1942-2847>

Rubén Fernández Álvarez

Universidad de Salamanca

rfa@usal.es

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-4718-4241>

Recibido: 26/12/2019; Aceptado: 28/07/2020

Cómo citar este artículo / citation: Plaza Gutiérrez, Juan Ignacio y Fernández Álvarez, Rubén (2020). Valor patrimonial de los paisajes del vino y su promoción en los valles y llanuras del este de Zamora. *Estudios Geográficos*, 81 (289), e046. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.202060.060>

RESUMEN: Esta contribución quiere aportar algunas notas sobre un uso agrícola tradicional, aunque renovado y adaptado a nuevos contextos más recientes de innovación y desarrollo rural, y sobre los paisajes que ha generado: los paisajes del vino. Para ello, se toman como casos de estudio los paisajes del viñedo asociados a tres Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) extendidas por la franja oriental de la provincia de Zamora: Toro, Tierra del Vino y Valles de Benavente. El objetivo que se persigue es la caracterización del valor patrimonial de estos paisajes a través de la identificación y valoración de sus diferentes recursos y del análisis de sus respectivas estrategias de promoción. La metodología trata de identificar los recursos existentes y se fundamenta en el tratamiento de la información proporcionada por la consulta de las páginas web de las tres denominaciones y por el análisis cualitativo y cuantitativo de las iniciativas y propuestas de promoción. Los resultados apuntan a unas marcadas diferencias entre las tres, con un balance desigual y unas grandes diferencias tanto en los mecanismos de difusión como en el interés y la implicación social e institucional. Las conclusiones indican que el proceso de valorización de estos paisajes y recursos es, asimismo, muy desigual.

PALABRAS-CLAVE: Patrimonio, viñedo, turismo, denominaciones de origen, bodegas.

HERITAGE VALUE OF WINE LANDSCAPES AND THEIR PROMOTION IN THE VALLEYS AND PLAINS OF EASTERN ZAMORA

ABSTRACT: This article aims to provide some notes on a traditional agricultural use, although renewed and adapted to new more recent contexts of innovation and rural development, and on the landscapes that it has generated: the wine landscapes. To this end, the vineyard landscapes of three Protected Designations of Origin (PDO), located in the extreme east of the province of Zamora, are analyzed as case studies: Toro, Tierra del Vino and Valles de Benavente. The aim of the study is to characterize the patrimonial value of these landscapes through the identification and the valuation of their different resources and through the promotion strategies that they are carrying out. The methodology focuses on the identification of the existing resources and it is based on the treatment of the information provided on their websites and on the qualitative and quantitative analysis of the initiatives and proposals for promotion. The results indicate that there are profound differences between the three PDOs, not only in their mechanisms of dissemination but also in their social and institutional participation. The conclusions indicate that the valorization processes of these landscapes and resources are uneven.

KEYWORDS: Heritage, vineyard, tourism, designations of origin, wineries.

Copyright: © 2020 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

INTRODUCCIÓN

Los nuevos contextos y circunstancias económicas hacen que los usos y actividades agrícolas tradicionales se vean sometidos a procesos de cambio y reconversión para poder adaptarse a las nuevas tendencias (Climent y Esteban, 2017a). Es así como las nuevas propuestas se enmarcan en un proceso de diversificación y multifuncionalidad característico del ámbito post-productivista (Cañizares y Ruiz, 2014). En este sentido, determinados paisajes alcanzan un valor patrimonial a partir de las nuevas orientaciones que aúnan, por un lado, tradición, y por el otro, atracción turística. La puesta en valor a través de la promoción turística de estos valores y de las posibilidades que encierra una adecuada utilización de los mismos, está detrás de bastantes iniciativas que se han venido formulando con el objeto de fomentar tanto la conservación de los usos y actividades tradicionales, como el desarrollo endógeno y la cohesión económica de áreas rurales notablemente deprimidas (Cañizares y Ruiz, 2014; Silva, Fernández y Molinero, 2016).

En aquellos lugares donde las actividades vitivinícolas se encuentran más arraigadas, han aparecido, en las últimas décadas, distintas propuestas orientadas a impulsar la atracción de capitales y el desarrollo económico. Entre otros territorios que se distribuyen por el espacio nacional, en torno al río Duero y algunos de sus afluentes han surgido, para garantizar la calidad de sus productos, un amplio abanico de Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) vinculadas a la producción de vino. Del mismo modo, éstas, a través de sus Consejos Reguladores, no sólo trabajan para proteger la calidad, sino que también lo hacen, en colaboración con otros organismos y administraciones, para promocionar el territorio y fomentar la atracción turística, promoviendo de este modo el enoturismo.

Son muy diversas y amplias las referencias que sobre el turismo del vino (y en torno al mismo) se han venido escribiendo. La producción y literatura sobre este particular es abundante. Una de las contribuciones que sirve de gran ayuda a este respecto es el trabajo de López-Guzmán *et al.* (2013), en el cual se procede a realizar una detallada y contrastada revisión sobre los distintos estudios científicos realizados en España en torno al enoturismo, ligándolo algunos con los museos del vino (Elías, 2014), o relacionándolo con los entornos sostenibles (González, 2017). También otras investigaciones realzan el valor patrimonial de los paisajes rurales entre los que se inscri-

ben los del vino (Plaza, 2016), han trazado un panorama general de estos paisajes del viñedo (Molinero, 2011), ligando turismo y desarrollo vitivinícola (Baraja, Herrero, Martínez y Plaza, 2019; Plaza y Fernández, 2019), subrayan el valor que como paisaje cultural alcanzan estas regiones del vino (Martínez, Baraja y Molinero, 2019), o incluso consideran el valor patrimonial del paisaje vitivinícola como icónico en las estrategias comerciales (Martínez y Molinero, 2019). A escala internacional, siguiendo a López-Guzmán *et al.* (2013), destacan trabajos como los de Getz (2000), Hall y Mitchell (2000), Charters y Ali-Knight (2002), Carlsen (2004), o Getz y Brown (2006). Por su parte, Mitchell y Hall (2006) resumen las principales líneas de estudio que existen sobre el enoturismo, aunque es la contribución de Clemente *et al.* (2012) la que hace una revisión más precisa sobre las distintas conceptualizaciones llevadas a cabo por las investigaciones científicas a este respecto.

La justificación del presente análisis encuentra su razón de ser en la correcta orientación y propuesta que puede y debe hacerse del patrimonio territorial como base del modelo productivo, adaptado de forma más precisa a espacios de escala intermedia y de dominante rural (como es el caso de las comarcas de estudio por las que se extienden las tres DOP). Se subrayan de forma especial las estrechas interdependencias que hay entre territorio, paisaje y turismo, conceptos que encuentran acomodo integrador en el de patrimonio cultural (Plaza y Fernández, 2018, p.890):

“El paisaje, pues, y los paisajes rurales más particularmente, de entre los que los del viñedo constituyen un tipo muy específico, presentan una elevada potencialidad estética y ambiental, ciertamente, pero al tiempo constituyen la imagen visible de un conjunto más complejo en que se insertan y del que son su manifestación externa: el territorio, donde se entrelazan agentes, elementos, factores, relaciones y procesos muy diversos. Precisamente por esta razón los paisajes son un producto social y cultural, interrelacionado con factores de naturaleza diferente y responsables de algunas de sus formas (factores naturales), generados y evolucionados a lo largo del tiempo (dimensión y procesos históricos, construcción histórica)”.

Por eso, se han elegido como muestra representativa de análisis tres ejemplos que se suceden, de norte a sur, por el borde oriental de la provincia de Zamora. Son tres espacios geográficos ocupados por DOP de indistinta consolidación temporal y productiva y cuyo éxito es desigual. La DOP Toro tiene más

tradición, desarrollo, promoción y éxito que las otras dos, Tierra del Vino y Valles de Benavente.

Los objetivos de este trabajo se centran en la identificación de los valores patrimoniales que pueden tener los tres tipos de paisajes del viñedo analizados y el grado de influencia que ellos mismos y su gestión pueden tener en las medidas de desarrollo local y territorial, vinculadas a los viñedos y a la producción del vino. Los paisajes diferenciados inciden en los procesos de patrimonialización (Silva y Fernández, 2017). Estos objetivos se pretenden alcanzar mediante la caracterización del valor patrimonial de estos paisajes a través de la identificación de diferentes recursos que ofrecen las tres zonas. Asimismo, se tiene como objetivo analizar cuál y qué posibilidades tiene la promoción que se hace de estos paisajes y recursos.

El esquema que se va a seguir en esta contribución partirá, tras esta breve introducción, de un análisis previo del contexto geográfico en el que se desarrollan físicamente los tres espacios tomados como estudios de caso, así como de una breve caracterización de las tres Denominaciones que albergan. Con ello se subrayarán, especialmente, los aspectos diferenciales y de particular valor patrimonial. Seguidamente, se detallarán los aspectos metodológicos. Se parte de una hipótesis de trabajo, basada en las diferencias existentes entre los tres ejemplos, pero aunados por el turismo vinculado al vino. Se efectúa un análisis comparativo que combinará lo descriptivo con las fuentes estadísticas, la consulta de webs de bodegas y el trabajo de campo.

A modo de resultados, se constata que la desigual promoción y difusión de sus respectivos vinos resulta ser un elemento diferenciador clave de la economía presente y futura de las DOP, entre las cuales la DOP Toro es la que más ha avanzado al respecto. Las conclusiones reafirman el análisis de los resultados y realzan el especial valor patrimonial que alcanzan los

“paisajes culturales del viñedo” y los elementos que los conforman, lo que se traduce en propuestas muy diversas para su promoción y valoración.

CONTEXTO GEOGRÁFICO Y CARACTERIZACIÓN DE LAS TRES DENOMINACIONES DE ORIGEN

Las tres DOP tomadas (Toro, Tierra del Vino y Valles de Benavente) se extienden a lo largo de la franja oriental de la provincia de Zamora, es decir, por un amplio espacio ocupado por distintas zonas sedimentarias de la cuenca del Duero (margen occidental de la misma). Hay que precisar que la delimitación geográfica de las DOP de Tierra del Vino y Toro es más amplia que la de la provincia y se extienden por municipios vallisoletanos y salmantinos más próximos (ver Figura 1).

Son valles y llanuras donde campiñas, vegas y algunos cerros y tesos se encargan de dar forma al relieve. Estas tres DOP comparten este medio físico sedimentario, de relieves llanos, de materiales terciarios y cuaternarios, más recientes. Es lo que las diferencia de la otra DOP situada en la provincia de Zamora, la de Arribes, inserta en el ángulo suroccidental, con continuidad por los Arribes del Duero salmantinos y sobre relieves más antiguos de penillanura granítica y pizarreña y de fuertes pendientes en torno al encajamiento del río Duero. Sin embargo, y a pesar de desarrollarse físicamente las tres por todo este amplio borde sedimentario más llano y abierto, existen ciertas diferencias entre ellas (ver Tabla 1).

Las DOP de Toro y Tierra del Vino

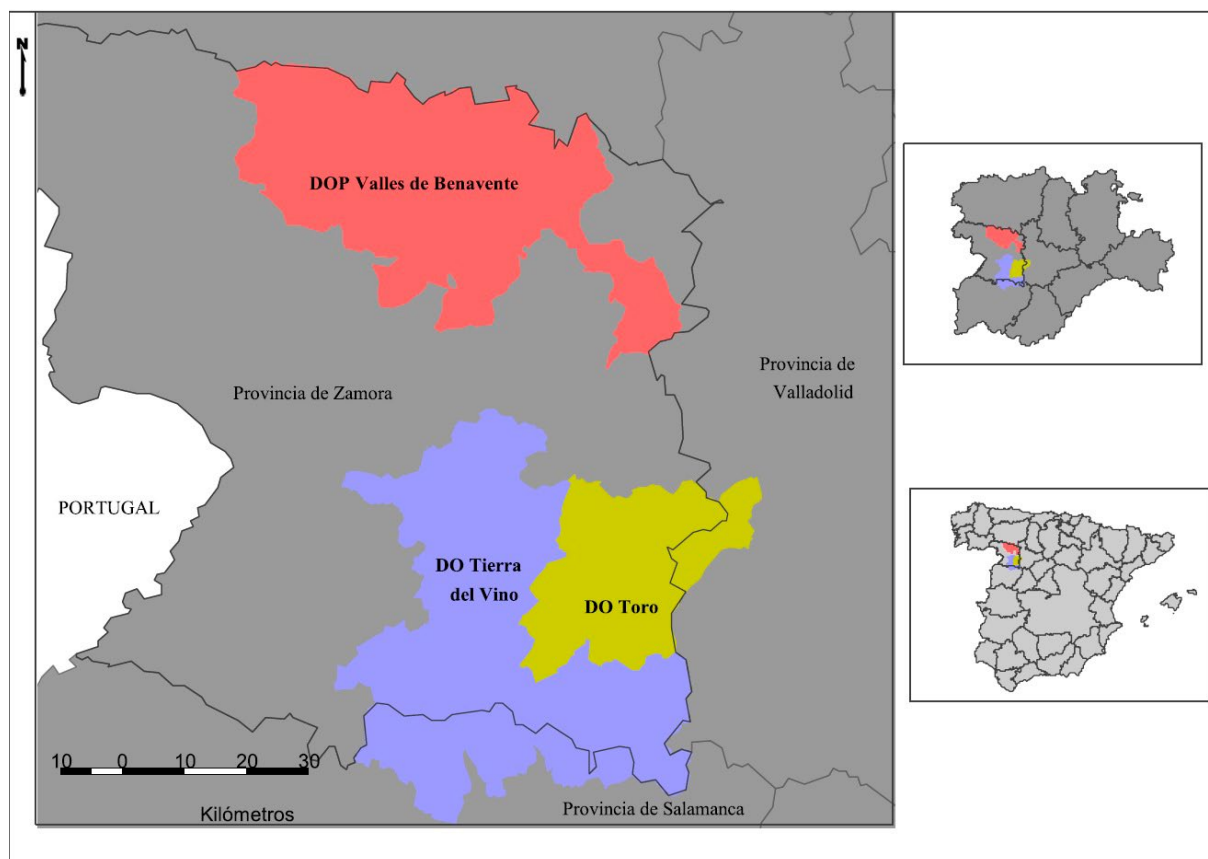
Estas dos DOP ocupan el ángulo suroriental de la provincia zamorana, donde encuentran acomodo tres unidades naturales más tradicionales de ámbito comarcal y subcomarcal: Tierra de Toro, Tierra del Vino

TABLA 1
DATOS BÁSICOS DE LAS TRES DENOMINACIONES DE ORIGEN

	Nº de municipios	Superficie de la DO (ha)	Bodegas inscritas	Hectáreas de viñedo inscritas	Nº de viticultores
DO TORO	15	62.000	63	5.555	1.080
DO Tierra del Vino	56	179.900	9	645	186
DOP Valles de Benavente	62	152.000	4	244	71

Fuente: Elaboración propia a partir de las páginas web de las tres DOP y de los datos incluidos en Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente *Datos de las denominaciones de origen protegidas de vinos (DOPs). Campaña 2016/2017.*

FIGURA 1
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS DOP TORO, TIERRA DEL VINO Y VALLES DE BENAVENTE



Fuente: Elaboración propia.

y La Guareña. Es el área de relieves de cuevas del sureste zamorano que alterna, asimismo, con campiñas, labradas unas y otras sobre materiales terciarios (miocénicos, eocénicos y oligocénicos), fundamentalmente, aunque también pliocénicos (ver Figura 2). Los viñedos se desarrollan sobre superficies situadas entre los 650-750 m. El río Duero es el eje integrador que atraviesa de este a oeste todo este espacio por el borde norte del mismo y al que fluyen, en dirección sur-norte, varios ríos secundarios que compartimentan el relieve de la zona entre vegas, valles y tesos y de los cuales los más notables son el río Guareña y el arroyo de Talanda.

Una de las singularidades que más llama la atención en la provincia de Zamora, que afecta al territorio por el que estas dos DOP se extienden, es la existencia de dos comarcas tradicionales cuya denominación lleva el nombre de dos alimentos (hecho que ya de por sí es generador de una cierta identidad territorial

FIGURA 2
EL RELIEVE HORIZONTAL DE TESOS Y CAMPIÑAS EN TORO Y TIERRA DEL VINO



Fuente: Fotografía de los autores en los alrededores de Castrillo de Guareña (Zamora), 09-05-2018.

y distintivo regional) propios de la trilogía mediterránea: las llamadas “Tierra del Pan”, nombre expresivo de la ocupación y uso tradicionalmente más extendidos en torno al cereal (“tierras de pan llevar”), y la “Tierra del Vino”, ya por todo el resto del sureste, también representativa del área que tradicionalmente alcanzó el cultivo del viñedo y que da nombre, además, a una de estas dos DOP. Tienen, pues, una localización geográfica muy bien circunscrita, bastante precisa, y son físicamente contiguas. En ambas, el viñedo es un cultivo ampliamente arraigado en la ocupación histórica del territorio, a pesar de los momentos en que su superficie se redujo en proporciones importantes y que en décadas más recientes se ha vuelto a expandir. La uva específica más dominante es la tinta de Toro (este es uno de los atributos diferenciales). Sobresale un elemento patrimonial e identitario más preciso y marcado: la propia denominación tradicional de ambas comarcas asociadas al producto (el vino) y a la misma DOP que va ligada al territorio y lo identifica, lo caracteriza, lo hace singular: “Toro” y “Tierra del Vino”, pues tal y como Climent y Esteban afirman (2017b, p. 1834), “la Denominación en sí es un elemento patrimonial de carácter inmaterial. Es una marca ligada a un territorio y su nombre coincide con el de éste”.

En este espacio geográfico por el que se extienden ambas DOP existen unos elementos físicos que proporcionan bastante singularidad. El río Duero y su red de afluentes son decisivos y explican, a su vez, el papel del relieve en la configuración ecológica y en

el contexto que enmarca el paisaje vitivinícola: un relieve suave y ligeramente alomado, cuando no más marcadamente plano. La singularidad de los valores paisajísticos del territorio se convierte en un atributo patrimonial singular y específico. Se alternan las cotas o superficies culminantes de los cerros, los lechos de los principales ríos y las terrazas asociadas sobre las que se extiende una parte importante del viñedo y las campiñas suavemente alomadas (extendidas al sur del Duero) y que dominan sobre todo en la mitad occidental (ver Figuras 3 y 4).

La DOP Toro, la más consolidada entre los tres casos de estudio, se localiza en el extremo oriental de la provincia de Zamora, junto al Duero. Comienza su andadura en el año 1987, momento en el que se aprueba el reglamento por el que se rige su Consejo Regulador, cuya sede se encuentra en la ciudad de Toro, cabecera comarcal y villa histórica cuya población alcanza los 8.713 habitantes (2019). Muy próximo a esta villa se sitúa Morales de Toro, núcleo de importancia productiva, bodeguera y de gran superficie alcanzada por el viñedo. En la actualidad, reúne 63 bodegas (ver Fig. 5), cubre una superficie de 62.000 hectáreas repartidas entre 16 municipios (12 en la provincia de Zamora y 4 en la de Valladolid) y cuenta con un total de 5555 hectáreas de viñedo registradas que son trabajadas por más de 1.080 viticultores.

En cuanto a la DOP Tierra del Vino de Zamora, físicamente contigua con la DOP Toro, lleva su identidad a la misma denominación de muchos de sus

FIGURA 3
RELIEVE SUAVE Y ALOMADO EN EL SURESTE
ZAMORANO



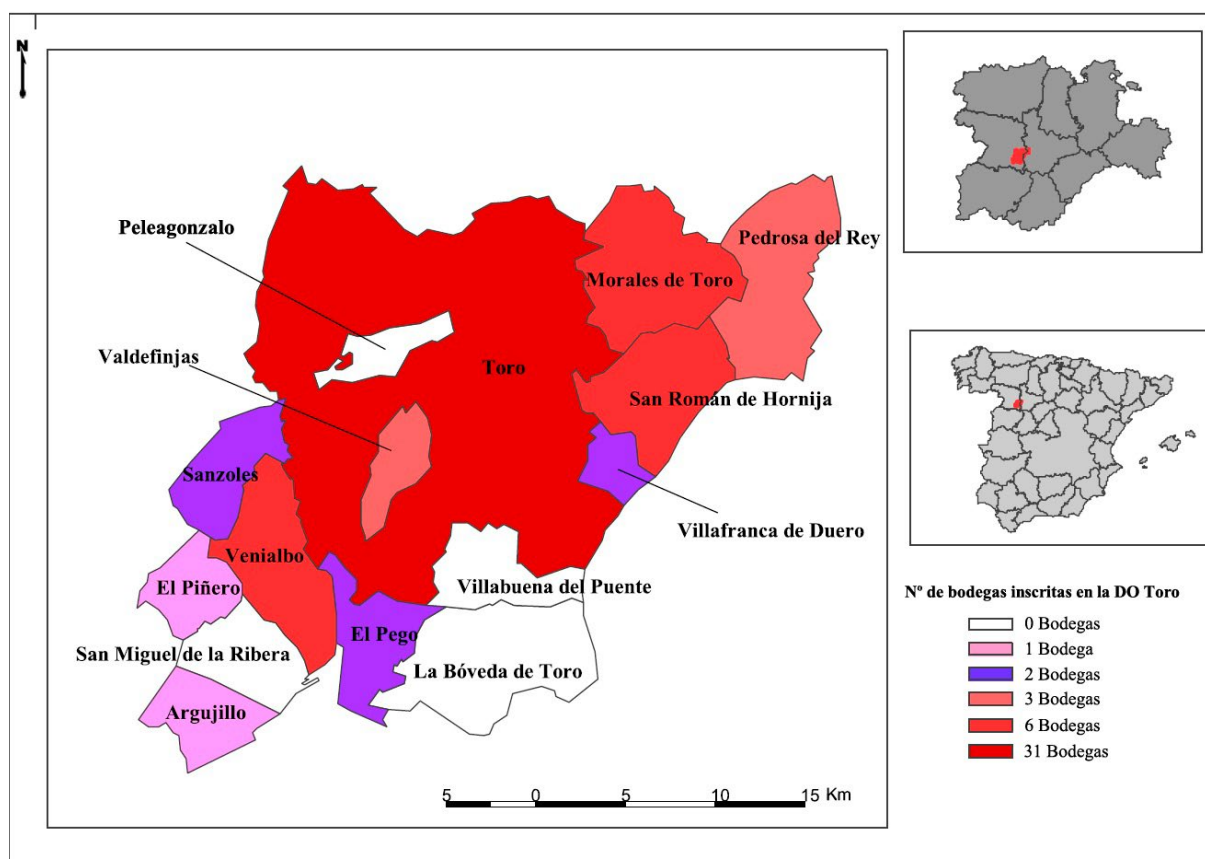
Fuente: Fotografía de los autores entre Morales de Toro y San Román de la Hornija (Zamora), 22-02-2018.

FIGURA 4
VIÑEDO DE LA DOP TORO SOBRE LAS TERRAZAS Y
VEGAS PRÓXIMAS AL RÍO DUERO



Fuente: Fotografía de los autores entre Morales de Toro y San Román de la Hornija (Zamora), 24-02-2018.

FIGURA 5
NÚMERO DE BODEGAS, POR MUNICIPIO, INSCRITAS EN LA DOP TORO



Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la DOP y de los datos incluidos en Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente *Datos de las denominaciones de origen protegidas de vinos (DOPS). Campaña 2016/2017.*

pueblos, donde el añadido “del Vino” es su marca (Cubo del Vino, Morales del Vino, Moraleja del Vino, etc.). De más reciente creación que la vecina DOP Toro, se pone en marcha en abril del año 2007 y por ello aún está en periodo de expansión. Se distribuye por un total de 56 municipios (46 en la provincia de Zamora y 10 en la de Salamanca), dando amparo bajo la certificación a más de 179.000 hectáreas. Forman parte del Consejo Regulador un total de 11 bodegas que agrupan a más de 200 viticultores. De las más de 1.700 hectáreas de viñedo cultivadas en esta zona, solamente 752 de ellas se encuentran inscritas en el Consejo Regulador de la denominación, cuya sede se sitúa en la localidad de Villanueva de Campeán. Sin embargo, es la misma capital provincial, la ciudad de Zamora, incluida en el ámbito geográfico de la DOP, el núcleo más importante (61.406 habitantes en 2019), aunque destacan asimismo núcleos como Morales del Vino (2.947 habitantes, pero funcionalmente

ligado a la ciudad de Zamora, de la que es casi periurbano), Villaralbo, Moraleja del Vino, Fuentesaúco y Coreses.

La DOP Valles de Benavente

Separada de las dos DOP anteriores por la ya señalada Tierra del Pan, la DOP «Vino de Calidad de los Valles de Benavente» se ajusta en su delimitación geográfica al cuadrante nororiental de la provincia de Zamora, limitando por el borde norte con la provincia de León (por donde se extiende la DOP «León», siendo ambas físicamente contiguas). Son 15.200 hectáreas pertenecientes a un total de 62 municipios y 95 entidades de población. Benavente es el centro-cabecera (17.935 habitantes, el 47,7%), existiendo solo tres municipios entre 1000 y 1500 habitantes: Villal-

pando, San Cristóbal de Entreviñas y Santa Cristina de la Polvorosa, que en 2019 reúnen 3929 habitantes entre los tres, un 10,5% de la población de la zona. Igualmente, destacan los municipios de Santibáñez de Vidriales y Camarzana de Tera.

Las tierras agrícolas corresponden mayoritariamente con una zona ampliamente irrigada, muy aluvial, de materiales terciarios y cuaternarios que, como en el caso de las DOP Tierra del Vino y Toro, son propicios para la construcción de bodegas. Está físicamente organizada en torno a diferentes valles que fluyen al río Esla, el eje principal que discurre en dirección NNE-SSO. Todos estos valles se disponen en abanico abierto en forma de cuarto de círculo: valles de los ríos Órbigo, Eria (que desemboca en el Órbigo), Al-mucera (que recorre el llamado «Valle de Vidriales»), Tera (que recorre de O a E toda la comarca) y Castrón, que recorre el «Valle de Valverde».

El relieve viene definido, sobre todo, por extensas llanuras y vegas aluviales entre las que se intercalan interfluvios de distinta entidad. Estas condiciones topográficas de espacios amplios, mayoritariamente planos y abiertos, hacen que proliferen el espacio cultivado y de regadío. Hacia el sur -Valle de Valverde y zona de Faramontanos de Tábara- y hacia el norte -en el límite con la provincia de León-, en el contacto con los afloramientos paleozoicos de la Sierra de la Culebra y la Sierra de Carpurias respectivamente, cambian ligeramente estas características, desarrollándose formaciones superficiales tipo “raña” que enlazan estos bordes con los valles.

Esta DOP fue reconocida en el año 2004. Es la que alcanza un menor número de hectáreas inscritas de las tres que aquí se analizan: 155, contando con una variedad de uva que, al igual que en la vecina denominación de “Tierras de León”, caracteriza a sus vinos: la Prieto Picudo, un claro atributo diferencial. La sede del Consejo Regulador está situada en la localidad de Brime de Urz (ver Figura 6).

METODOLOGÍA

Se parte en este texto de la de que las tres DOP tomadas como estudios de caso son diferentes no sólo por su constitución temporal, sino por el distinto éxito alcanzado, por la proyección conseguida y por el impulso y/o promoción que se ha dado en cada una de ellas al paisaje y los recursos vinculados al vino, especialmente el turismo. Por todo ello, y en virtud de este punto de partida, el trabajo procede a

FIGURA 6
DOP VALLES DE BENAVENTE



Fuente: Fotografía de los autores, Brime de Urz (Zamora), 28-02-2019.

desgranar algunas notas representativas derivadas de un análisis comparativo y combina metodológicamente varias dimensiones.

La primera dimensión está centrada en el análisis descriptivo y valorativo de las iniciativas destinadas a la promoción turística en el radio de acción de las tres DOP. A este respecto, prácticamente tan solo se ha avanzado significativamente en el caso de la DOP Toro. Precisamente por esas circunstancias, se han considerado, sobre todo, tres ejemplos de esta DOP que son notablemente contrastados: el Museo del Vino, la Bodega Histórica y la Ruta del Vino. Se caracterizan por poner en valor su capacidad de atracción de visitantes. En este sentido, se procede a detallar la oferta de actividades propuestas por cada uno de los tres recursos, su periodicidad y el número de turistas que hacen uso de ellos. Junto con ellos, también se analizan otras propuestas ligadas al patrimonio inmaterial. Destaca, asimismo, la implicación de algunas bodegas de la denominación con el enoturismo, materializada en distintas ofertas en la zona. En el caso de la denominación Tierra del Vino de Zamora, más reciente en su creación, las propuestas de enoturismo están muy vinculadas con la ruta Jacobea del Camino de Santiago de la Vía de la Plata.

La segunda dimensión es estadística: actividades ofertadas por cada iniciativa, número de visitantes y procedencia, etc., que sólo ha podido concretarse en el caso de la DOP Toro. Destacan las informaciones facilitadas por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Toro (de quien depende la gestión y visitas de la Bodega del Ayuntamiento y de la Bodega Histórica), más precisas y detalladas, así como por el Museo del Vino “Pagos del Rey” (Morales de Toro), más reducidas y escuetas.

Junto a todo ello, se ha vuelto asimismo decisiva la consulta de la información que proporcionan las distintas direcciones electrónicas y páginas webs: el Ayuntamiento de Toro en su sección de “Turismo”; la Bodega Histórica, el Museo del Vino, la Ruta del Vino y las respectivas rutas de cada una de las tres Denominaciones, así como otros enlaces que proporcionan información cualitativa para los tres casos. Igualmente, el trabajo de campo ha sido una herramienta imprescindible para el desarrollo de este texto: reconocimiento territorial, obtención de material fotográfico que permite calibrar más ajustadamente el estado de mantenimiento de algunos de los recursos reconocidos y entrevistas informales mantenidas con responsables de algunas iniciativas analizadas.

De cualquier modo, como se verá seguidamente, los recursos de los que se parte y las iniciativas de promoción son notablemente desiguales en cada una de las tres DOP. En el caso de la de “Valles de Benavente” es donde apenas se dispone de información y las iniciativas de promoción son prácticamente inexistentes. Pese a todo, en este caso el trabajo de campo ha permitido subrayar el notable interés y potencialidad que tiene un tipo de recurso muy específico asociado a este paisaje del viñedo del nordeste zamorano, en el cual se insiste en este análisis, y que le distingue de las otras DOP analizadas: los barrios de bodegas tradicionales. Así, en este caso, las principales fuentes empleadas han sido el reconocimiento territorial y la observación-comprobación directa (distintas salidas de campo realizadas), al igual que la consulta de informaciones muy concretas e individuales (ordenanzas municipales del ayuntamiento de Pobladora del Valle sobre el cuidado y mantenimiento de las bodegas tradicionales; información de la propia Asociación de la DOP «Vino de los Valles de Benavente»). También se ha solicitado información al grupo de acción local con implantación en la zona, Asociación para el Desarrollo Integral de las Mancomunidades de la Comarca de los Valles de Benavente, aunque no se ha obtenido respuesta al-

guna. Con todo ello, se ha efectuado un estado de la cuestión sobre la relación y descripción de los principales conjuntos arquitectónicos de bodegas tradicionales. Sin embargo, se constatan dificultades técnicas y legal-administrativas para «trabajar» con estas bodegas, de propiedad particular prácticamente todas ellas, cuyo censo se desconoce o, cuando menos, no se conoce de disponibilidad ni localización alguna. Finalmente, para las tres DOP, se ha tomado también como fuente para obtener información básica y general que contextualice la importancia superficial y estadística de las distintas variables más elementales, el informe del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente *Datos de las denominaciones de origen protegidas de vinos (DOPS). Campaña 2016/2017*.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Por todos los razonamientos expuestos con anterioridad, el estudio de los resultados procede inicialmente a un análisis más conjunto y comparativo de los tres estudios de caso centrado fundamentalmente en los barrios de bodegas, para, a continuación, abordar un análisis diferenciado sobre recursos e iniciativas de promoción ligados al vino, su cultura y sus paisajes en dos grupos: por un lado, las DOP del suroeste zamorano (Toro y Tierra del Vino) y, por otro, la de Valles de Benavente (NE provincial).

Diferencias existentes en los barrios de bodegas en las tres DOP: breve visión conjunta y comparada

En los tres ejemplos analizados las bodegas tradicionales, consideradas individualmente o en grupo (los llamados “barrios de bodegas”), son tenidas en cuenta como recurso fundamental que es puesto desigualmente en valor al servicio del turismo, así como del patrimonio, sobre todo arquitectónico. La relevancia que éstas tienen en los distintos pueblos que forman parte de las tres DOP es bastante destacada, hasta el punto de que están muy presentes en la toponimia y el callejero de todos ellos (calle Las Bodegas, Pago de las Bodegas, camino de Las Bodegas, etc.) y representan el elemento más icónico del paisaje de la cultura del vino. No sólo el detenido recorrido por las calles lo confirma, sino igualmente el detallado repaso de la toponimia de los mapas topográficos a escalas de detalle.

En Tierra del Vino y en Toro, las bodegas fueron tradicionalmente subterráneas. Raro es el pueblo de estas dos zonas que aún hoy no disponga bien de bodegas aisladas distribuidas por distintas partes de los mismos, bien agrupadas en pequeños conjuntos formando reducidos barrios (como sucede en Venialbo, en Castrillo de la Guareña, en El Pego, en El Perdigón o en San Román de Hornija) (ver Figuras 7 y 8). En algunos casos, forman una red entrelazada y compleja excavada en pequeños cerros en las márgenes de los pueblos (San Román de Hornija o Cas-

FIGURA 7
ALINEACIÓN DE BODEGAS EN EL CASCO URBANO DE
EL PEGO (ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores tomada en El Pego (Zamora), 09-05-2018.

FIGURA 8
AGRUPACIÓN DE BODEGAS EN EL CASCO URBANO DE
VENIALBO (ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores tomada en Venialbo (Zamora), 09-05-2018.

FIGURA 9
IMAGEN AÉREA DE LA RED DE BODEGAS
SUBTERRÁNEAS EN SAN ROMÁN DE LA HORNIJA
(VALLADOLID)



Fuente: Iberpix.

trillo de La Guareña son un buen ejemplo) (ver Figura 9), o en ocasiones están más integrados en el mismo (El Pego o Venialbo). En Valles de Benavente predominan las agrupaciones en barrios, con otra fisonomía y generando un paisaje arquitectónico excepcional en ocasiones. Esta arquitectura de bodegas es fiel testimonio de la tradición que históricamente adquirió el cultivo de la vid en estas zonas y constituye un elemento de marcada representatividad de este paisaje vitícola. Es un claro ejemplo de patrimonio arquitectónico del paisaje del viñedo, parte del cual hoy acoge nuevos usos de ocio y restauración.

DOP Toro y DOP Tierra del Vino: actuaciones de promoción y difusión de la cultura y el paisaje del vino apoyadas en recursos muy diversos y con un tímido enoturismo

Como ya se ha indicado, la DOP de Toro cuenta con diferentes iniciativas de promoción y diversificación turística. En el caso de la DOP Tierra del Vino, tan sólo es reseñable una actuación de poco alcance. Se han seleccionado tres ejemplos en los que el eje central del impulso turístico radica en el paisaje, la cultura y la producción del vino: Museo del Vino, Bodega Histórica y Ruta del Vino. Además, se reseña brevemente cuál es la oferta enoturística que proporcionan las distintas bodegas de la DOP. De forma complementaria, también se describen y analizan otras iniciativas vinculadas con el patrimonio inmaterial del vino.

El *Museo del Vino* (ver Figura 10), se encuentra en el mismo edificio (restaurado) de la antigua Cooperativa Nuestra Señora de las Viñas (1964) de Morales de Toro (Zamora). Conserva en la planta baja los 28 depósitos de vinificación (integrados en la muestra expositiva). Forma parte de la bodega Pagos del Rey, propiedad de la familia Solís, vinculada a los viñedos de Valdepeñas (Castilla-La Mancha) y está ligado a las marcas comerciales Viña Bajoz y Finca La Meda. Abrió sus puertas en febrero del año 2014 y surgió como un elemento de diversificación con el objeto de expandir la oferta turística y, de este modo, poner en valor la producción de vino, no sólo por el producto final, sino a lo largo de todo el proceso. Se ordena en una Sala de Depósitos, una Sala Polivalente, un Mirador sobre la Nave de crianza y una Sala de Barricas, además de la recepción y la zona de ventas. Ofrece dos formatos de visita, un primer tipo centrado en el museo y los elementos expuestos (visita guiada o libre) y uno segundo que está marcado por una triple programación: cultural (propone un ciclo de conciertos en la sala de barricas), gastronómica (articulada por una muestra de

cocina) e infantil (dos posibilidades, la visita en familia o la visita escolar). En este último caso, han diseñado una serie de propuestas didácticas para que los alumnos de primaria puedan desarrollar talleres y, con ello, comprender y aprender el proceso que envuelve la elaboración del vino).

El Museo del Vino presenta la posibilidad de aunar la oferta cultural y gastronómica con la visita a sus más de 1.000 m² de exposición y más de 2.000 de jardín, donde los visitantes además de visualizar la historia del vino y los elementos tradicionales que se utilizaban para su elaboración, pueden observar el cultivo de la vid. La Bodega Pagos del Rey ha sido galardonada con diversos premios que ponen en alza la notable calidad de sus iniciativas enoturísticas. En sus cinco años de vida ha recibido un total de 44.000 visitas, de las que el 90% han sido de procedencia nacional. De ellas, la mayor parte, un 60%, de la propia Comunidad Autónoma de Castilla y León.

Por su parte, la *Bodega Histórica del Vino de Toro* (existente ya en el año 1652) (Figura 11), que era de la antigua Cofradía de Labradores, actualmente es propiedad de la Cámara Agraria y está explotada por el Consejo Regulador de la DOP Toro, siendo visitable desde febrero de 2017. Es centro de interpretación y promoción de los vinos de Toro, habiéndose restaurado su arquitectura (el Instituto de Patrimonio Cultural de España intervino activamente) y albergando diferentes paneles informativos, una bodega de 5.000 litros, la prensa, el lagar y una sala en que están representadas todas las bodegas de la DOP. Se integra en un breve circuito de bodegas visitables en la ciudad de Toro (Ruta de las Bodegas), junto con la Bodega del Ayuntamiento (en los bajos de la Casa Consistorial, de tamaño más reducido y restaurada recientemente) y la del palacio de los Condes de Requena (de dos naves y que posee la originalidad de albergar el archivo histórico del embotellado de la DOP Toro, con envases de todas las cosechas).

La estadística de visitantes es necesariamente corta por su reciente apertura al público. La Bodega del Ayuntamiento recibió 5.542 visitantes en 2016 (en el año 2017 no abrió por problemas técnicos), casi todos españoles (98,7%, básicamente de Castilla y León -un 61%- , seguidos de madrileños -16%-) y sólo un exiguo 1,3% de visitantes extranjeros (fundamentalmente portugueses y franceses). La Bodega Histórica recibió en 2.017 un menor número de visitantes (2041), también casi todos españoles (1.903, un 93,2%) y también con dominio de castellano-leoneses (29%) y madrileños (24%), seguidos ya más de lejos por visitantes de

FIGURA 10
MUSEO DEL VINO "PAGOS DEL REY" EN MORALES DE TORO (ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 22-02-2018.

Galicia y el País Vasco (un 8% cada una). El porcentaje de visitantes extranjeros fue algo mayor que los que visitaron la Bodega del Ayuntamiento (casi un 7%, prácticamente la mitad franceses). Tanto el volumen total de visitantes de una como de otra parecen, sin embargo, bajos. Así parece confirmarlo el hecho de que de las 42.248 personas que visitaron Toro en 2017 (según los datos de la Oficina de Turismo de esta ciudad), sólo un 5% del total visitó la Bodega Histórica del Vino de Toro.

Finalmente, la tercera de las iniciativas impulsadas, la *Ruta del Vino de Toro*, fue aprobada o certificada por ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino), organismo del que depende su acreditación o aprobación, el 15 de febrero de 2019. Es, pues, muy reciente su andadura, que no el recorrido hasta llegar a conseguirlo. Tras su intento de formulación y lanzamiento fallidos en 2013, se retomó en el año 2017 (cumpliéndose el 30º aniversario de la creación de la DOP), año en que se crea la Asociación “Ruta del Vino de Toro. Fue presentada en enero de 2018 en la Feria Internacional de Turismo (FITUR).

Para su difusión y la del espacio geográfico de la denominación y su paisaje se ha elegido un lema significativo: “Experiencias que dejan huella”. En su estructura se encuentran implicados, como socios 24 Bodegas de la DOP Toro (del total de 62 que la forman); varios Ayuntamientos (entre los que destacan el propio de Toro y el de la localidad donde está el Museo del Vino, Morales de Toro; la asociación para el desarrollo rural Torguvi (acrónimo de Toro-Guare-

ña-Vino, denominaciones de las comarcas y subcomarcas que la integran); 6 alojamientos, alguno de ellos ligado a ofertas de enoturismo promovidas en y desde alguna bodega; 12 establecimientos de gastronomía; 11 restaurantes; 2 museos (el Museo del Vino y el Museo del Queso “Chillón”), así como el propio Consejo Regulador de la DOP Toro.

Sus principales activos son, entre otros, la propia ciudad de Toro, declarada Conjunto Histórico, así como el propio patrimonio natural, ya que parte del territorio de la DOP, en la zona vallisoletana, está declarado Reserva Natural. A estos activos se añade la oferta de alojamientos de turismo que algunas de las 62 bodegas de la DOP vienen ya desarrollando. La oferta que lanza la propia ruta se materializa en 430 km, 50 tipos de recursos diferenciados, 28 núcleos de población y 26 bodegas, tal y como su misma página web se encarga de promocionar. Las metas que persigue esta iniciativa son muy diversas: promocionar el nombre de la Ruta del Vino de Toro, la identidad del territorio de la DOP y su alfoz; impulsar políticas de promoción pública y privada coordinando a los diferentes sectores implicados; promover y promocionar actividades culturales, arte, música... para dar a conocer la oferta enoturística de la Ruta; promocionar el comercio local ayudando a evitar la despoblación de las zonas rurales; y representar los intereses de los diferentes socios, empresas y personas que configuran la Ruta.

De todas las bodegas integradas en la DOP Toro, menos de la mitad están en la Ruta del Vino de Toro. El balance en lo que a *ofertas de enoturismo* se refiere es desigual (ver Tabla 2 y Figuras 12, 13, 14, 15 y 16). Veinticuatro de ellas presentan una oferta turística muy diversa, que además se refleja en la diversidad idiomática de la página web en que se publicita, con el objeto de poder demostrar que no sólo se centran en el turismo nacional. El mercado internacional (chino, alemán, japonés y ruso) adquiere gran relevancia para estas bodegas, aunque principalmente sea con motivo de la venta de vino. Todas las que disponen de web y tienen oferta enoturística se han unido a la “Ruta del vino de Toro”.

Vinculadas con el patrimonio inmaterial, también en la DOP Toro sobresalen algunas manifestaciones festivas encaminadas en la misma dirección de exaltación y difusión de acontecimientos y trabajos alrededor de la producción del vino. Sobresalen tres, que no tienen, sin embargo, la misma consolidación en el tiempo ni idéntica relevancia: la Fiesta de la Vendimia, la Feria del Vino de Toro y el Festival VinToro.

FIGURA 11
SALA-NAVE DE LA BODEGA HISTÓRICA DE TORO
(ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 22-02-2018.

TABLA 2
OFERTA TURÍSTICA DE LAS BODEGAS DE LAS TRES DENOMINACIONES DE ORIGEN RECOGIDAS EN SUS PÁGINAS WEB

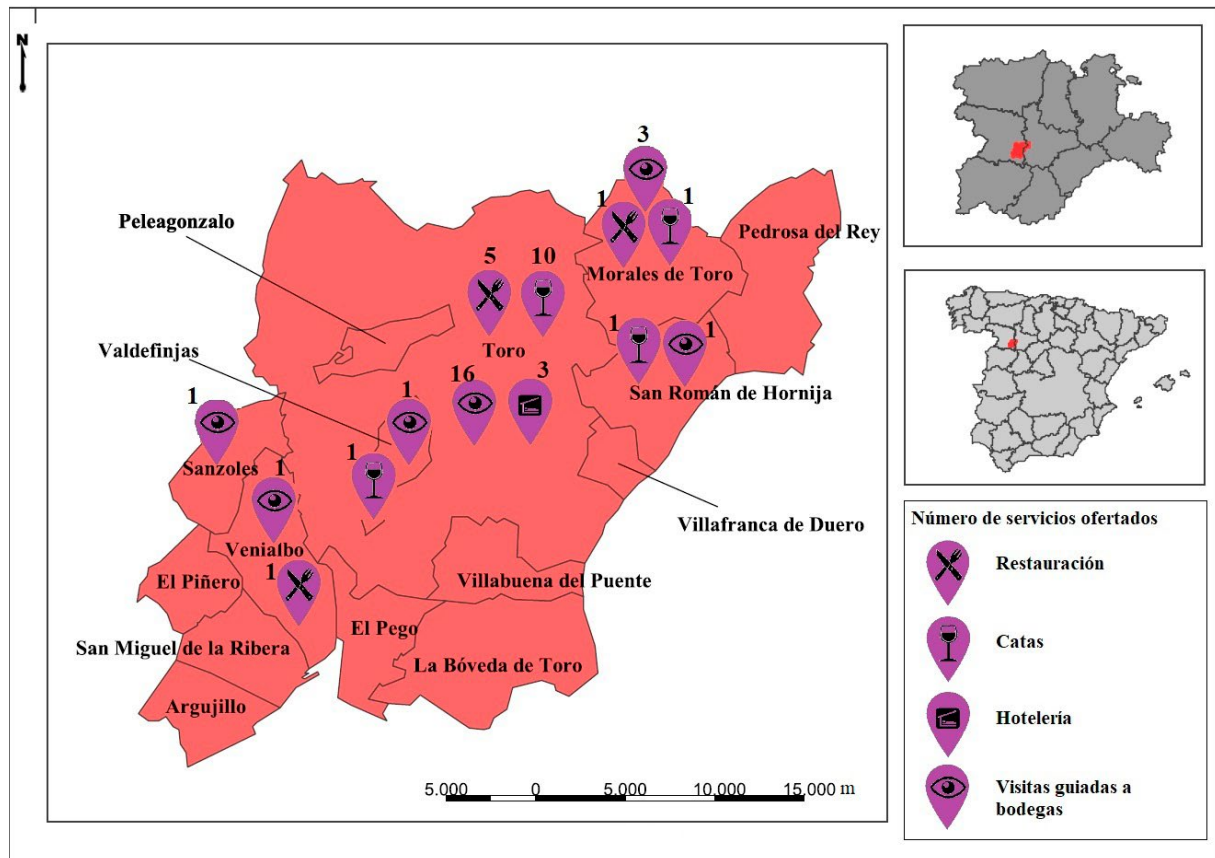
DO TORO		
Bodegas	Oferta turística	Idiomas de la web
Bernard Magrez	Viajes organizados a Burdeos	Francés, Inglés
Bodegas Moya
Bodegas Numanthia	Visitas guiadas/cata	Inglés, Español
Bodegas Palacio 1894	Visita bodegas y viñedos/cata	Español
Burdigala SL (Bodega Campo Eliseo)	Visita/cata	Español, Inglés, Francés
A. Velasco e Hijos SL	Visita Bodega-Museo (bodega tradicional subterránea Toro)	Español, Inglés
Bodega La Casa Maguila	Sin oferta	Español
Bodega Ledago de Orniz	No funciona acceso web	...
Bodega Rodríguez Sanzo	Sin oferta	Español, Inglés, Alemán, Chino, Japonés, Ruso
Bodegas Mazas	Visita/cata	Español, Inglés
Bodegas Monte la Reina	Visita/cata/Hopedaje	Español, Inglés
Bodegas y Pagos de Matarredonda SL	Visita guiada por Toro, Bodega y viñedos	Chino, Inglés, Español y Ruso
Bodegas y Viñedos Pintia SA	Sin oferta en Toro	Chino, Inglés, Español, Francés, Húngaro, Japonés
Campiña S Coop. CYL	No funciona acceso web	...
Campo de Toro
Carodorum	Página Web en construcción	...
Castillo Latarece	Visita bodega/restauración	Español
Cooperativa Vino de Torro (Covitoro)	Sin oferta	Español, Inglés
Coralduero SL	Sin oferta	Español, Inglés
Cuatro Mil Cepas SL
Díez Gómez	Sin oferta	Español, Inglés, Alemán, Chino
Divina Propoción SL	Visita bodega/restauración	
Dominio del Bendito	Sin oferta	Español, Inglés, Francés
Elías Mora SLU	Visita bodega-viñedo/cata	Español, Inglés, Francés, Alemán
Estancia Piedra SL	Visita bodega/cata/organización de eventos (bodas, empresa)	Español, Inglés
Fariña SL	Visita guiada/Cata/restauración	Español, Inglés, Chino
Florencia Salgado Narros
Francisco Casas SA	Sin oferta	Español, Inglés
Frontaura SLU	Visita bodega/cata	Español, Inglés, Alemán
Frutos Villar SL	Visita bodega	Español, Inglés, Francés, Alemán
Galindo San Millán	Sin oferta	Español
Gil Luna SL	Sin oferta	Español, Inglés
Hacienda Tintaurus	Sin oferta	Español
Industria Alimentaria Vicente SL	Sin oferta	Español, Inglés, Alemán
Iturria SL	Sin oferta	Español, Inglés, Francés
La Presa CB
La Viña del Abuelo	Visita/Cata/Curos Cata	Español, Inglés, Francés, Alemán, Japones
Liberalia Enológica SL	Visita/Cata	Español

DO TORO		
Bodegas	Oferta turística	Idiomas de la web
Matarromera SL	Visita/Organización de eventos/Cata/Restauración/hotelería	Español, Inglés
Moisés Gran Vino SL
Ordoñez SL	Sin oferta	Español, Inglés
Orot (Bodega se Sarria SA)	Sin oferta	Español, Inglés
Pagos del Rey SL	Visitas bodega	Español, Inglés, Francés, Alemán, Chino
Quinta de la Quietud SL	Sin oferta	Español
Ramón Ramos	Sin oferta	Español, Inglés
Rejadorada SL	No funciona acceso web	...
San Román Bodegas y Viñedos SA	Sin oferta	Español, Inglés
Selección de Torres SL
Sietecerros SL	Sin oferta	Español, Inglés
Sobreño SA	Sin oferta	Español, Inglés, Alemán, Japones
Tardencuba Bodegas y Viñedos	Visita/Restauración	Español, Inglés
Teso la Monja SL	Sin oferta	Español, Inglés
Torreduero SA	No funciona acceso web	...
Valbusenda SL	Visita/cata/Hotelería/Spa/Restauración/Actividades para niños	Español
Valdigal	Visita bodega	Español
Valmartín SL	Sin oferta	Español
Valpiculata SL
Vega San Juan SL	No funciona acceso web	...
Vega Saucó SL	Visita bodega/Restauración	Español, Inglés
Vetus	Sin oferta	Español
Viña Zangarón SL	Visita bodega-viñedos	Español, Inglés
Viñaguareña SL	Sin oferta	Español, Inglés
Vocarraje SL	No funciona acceso web	...
DO Tierra del Vino		
Bodegas	Oferta turística	Idiomas de la web
Bodegas Viñas Zamoranas SA
Bodegas Teso Blanco
Bodegas del Soto, SOC COOP	Sin oferta	Español
SOC COOP Viña Escuderos	No funciona acceso web	...
Bodegas Seleccionadas Armando SL	Sin oferta	Español, Inglés
Bodegas Casaseca SL
Viñas del Cenit SL	Sin Oferta	Español, Inglés
Bodega Teso la Encina	Hotelería/Restauración	Español
Bodeg Guillermo Freire
DOP Valles de Benavente		
Bodegas	Oferta turística	Idiomas de la web
Bodegas Otero	Visita Bodega	Español, Inglés, Alemán
Bodegas Verdes	Sin oferta	Español, Inglés
Bodega Andrea Gutiérrez Ferreras
Bodegas Viriatus	Sin oferta	...

El símbolo ... significa que no dispone de página web o no se ha encontrado.

Fuente: Elaboración propia a partir de las páginas web de las tres DOP.

FIGURA 12
SERVICIOS OFERTADOS EN LAS BODEGAS DE LA DOP TORO



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de las webs de las bodegas de la DOP.

FIGURA 13
PUBLICIDAD DE ENOTURISMO EN BODEGA VEGA SAÚCO (MORALES DE TORO, ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 22-02-2018.

FIGURA 14
ACCESO AL HOTEL Y SERVICIOS TURÍSTICOS DE BODEGAS VALBUSENDA (TORO, ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 26-03-2018.

FIGURA 15
DISEÑO ARQUITECTÓNICO FUNCIONAL DE LA BODEGA
ESTANCIA PIEDRA (TORO, ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 24-02-2018.

FIGURA 16
COMPLEJO ENOTURÍSTICO Y FINCA DE BODEGA
MONTE LA REINA (ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 26-03-2018.

La *Fiesta de la Vendimia* es la de carácter más tradicional y la que logra tener un mayor arraigo y relevancia. Su celebración va unida, en el calendario, a la de la finalización de la vendimia, a mediados del mes de octubre. Fue declarada fiesta “de Interés Turístico Regional” por parte de la Junta de Castilla y León, en el año 2003. Dentro de las múltiples actividades que se organizan en esta celebración, la de mayor acogida es el tradicional “desfile de carros” por las principales calles de la ciudad. Participan carros antiguos engalanados con los aperos típicos utilizados para la vendimia y cargados de cestos, con las

viandas que los vendimiadores llevaban al campo para almorzar, y vino. Quienes participan en este desfile, lo hacen con los trajes típicos de época que se usaban para vendimiar, lo que da mayor colorido al mismo. El desfile termina con la tradicional pisada de uvas y la recogida del primer mosto degustado por los asistentes. Otras actividades nuevas, que se han ido añadiendo a esta fiesta, son las típicas catas de vino o las jornadas gastronómicas en las que se degustan los platos típicos de la zona. También hay un concurso comarcal de vinos caseros (“Premio Lagarejo”).

La *Feria del Vino de Toro* comenzó a celebrarse en mayo del año 2012, coincidiendo con el vigésimoquinto aniversario de la declaración de la DOP Toro. Se abre al público mediante el pago de una módica entrada y se procede a catar distintos vinos de la DOP y a calificar la añada anterior al año en que se celebra. Cuenta con un elevado número de catadores (hasta 90 en la última edición, la del año 2019) procedentes de las bodegas de la DOP, pero también de otras zonas de producción y otras denominaciones. Se completa esta feria con distintas actividades, como el concurso de pinturas sobre barricas que toma el vino de Toro como temática central (está dotado con tres premios que, además de la cantidad en metálico, incluyen un estuche-selección de vino de Toro) o el concurso de fotografía digital compartida en las redes sociales.

Por su parte, el *Festival VinToro* es un proyecto que cuenta con la colaboración de la DOP de Toro y el Ayuntamiento de la localidad. Busca impulsar entre los jóvenes el descubrimiento de la producción vinícola de la zona, así como la dinamización de todos sus espacios culturales, turísticos y hoteleros. Consiste en la celebración de conciertos durante dos días, con la pretensión de crear un festival que se afiance y sea un referente del rock alternativo en la zona. Este festival empezó su andadura en fechas recientes, en el año 2017, coincidiendo, además, con la conmemoración de los 30 años del Consejo Regulador de la DOP.

Junto a todas estas actuaciones e iniciativas desarrolladas, es de destacar, asimismo, que, en el año 2016, aprovechando el “tirón” cultural y turístico generado por la XXI edición de la muestra expositiva e itinerante “Las Edades del Hombre”, la DOP Toro promovió “*Enotoro-Turismo y Enocultura*”, proyecto divulgador que integraba y difundía el enoturismo de la DOP.

En el caso de la DOP Tierra del Vino, la actividad desplegada es mucho menor. Si bien constituye una

comarca tradicionalmente vinculada con la cultura vitivinícola, su reconocimiento como DOP es aún escaso. El número de bodegas también es más reducido, no cuenta con la proyección comercial de su contigua y vecina DOP Toro y tampoco ha desplegado muchas iniciativas de promoción y difusión de sus valores y recursos. Sólo una bodega (Teso la Encina) presenta oferta turística ligada al vino (hostelería y restauración). No todas tienen página web y su apertura a mercados y otros clientes internacionales es mucho más limitada. Prácticamente tan solo el inglés es el otro idioma en que las escasas bodegas con web se publicitan. Respecto a las bodegas tradicionales, tan sólo puede reseñarse su utilización comercial como merenderos, mesones o asadores, como es el caso de las conocidas bodegas de El Perdigón.

La única iniciativa de promoción destacable es el Aula del Vino de Tierra del Vino y La Armuña, abierta en la localidad salmantina de Parada de Rubiales (ver Figura 17), situada en el norte de la provincia de Salamanca, pero en el ámbito de la DOP. Inaugurada en

el año 2011, alberga una exposición permanente de paneles, la proyección de un audiovisual, mesas de catas, etc.

DOP Vino de Calidad de los Valles de Benavente: un destacado recurso patrimonial –sus barrios de bodegas– y una inexistente promoción y difusión enoturística

En el caso de la DOP «Vino de Calidad de los Valles de Benavente», las bodegas con orientación productiva y comercial que, además, tengan puestas sus miras en una posible promoción lo más parecida posible al enoturismo son, realmente, poquísimas. Hay cuatro, de las cuales solo una de ellas (Bodegas Otero) ofrece visita a la bodega, incluyendo información en su web en tres idiomas (español, inglés y alemán); las otras tres bodegas no presentan oferta e incluso una de ellas ni tan siquiera tiene página web abierta.

Frente a este panorama, el principal recurso patrimonial de que se dispone en esta DOP, pero sobre el que poco o nada se ha hecho hasta el momento de cara a sus posibilidades de puesta en valor, lo constituyen los barrios de bodegas tradicionales. Son un verdadero ejemplo de arquitectura agraria tradicional y una singular representación del patrimonio rural arquitectónico íntimamente asociado a la cultura del vino. Las bodegas tradicionales de la DOP son un bien patrimonial de referencia y un elemento conductor de una propuesta turística que podría ser más amplia. Es el recurso patrimonial más identificativo, más incluso que el muy escaso paisaje del viñedo. En este sentido, guarda una estrecha afinidad con lo que sucede en la contigua y vecina DOP León, al norte de ésta.

No existe un inventario o catálogo público y abierto que proporcione información precisa sobre las bodegas, a las que también llaman «cuevas». Los barrios que forman están contruidos sobre suelo de titularidad municipal, pero las edificaciones son de propiedad particular. Ello incrementa su complejidad de cara a diferentes propuestas de uso, rehabilitación y reutilización que puedan formularse. La consulta de la información proporcionada por la web de la DOP indica que son 180 bodegas. Sin embargo, muchas ofrecen hoy un avanzado y claro estado de abandono y deterioro, alcanzando incluso un cierto riesgo de hundimiento o desplome. A pesar del deplorable estado de mantenimiento de algunas, todavía en su

FIGURA 17
AULA INTERPRETATIVA DEL VINO DE TIERRA DEL VINO
Y LA ARMUÑA



Fuente: Fotografía de los autores, 14-06-2018.

interior se conserva parte de la infraestructura dedicada a la producción de vino, desde cubas de diferente capacidad hasta prensas.

Los pueblos diseminados por los valles de los ríos Tera, Órbigo, Eria y Esla, en su parte más septentrional, reúnen un mejor muestrario de bodegas y en mejores condiciones. Algunos pueblos se han tomado algo más en serio su gestión y conservación. El ejemplo más representativo es el de Pobladura del Valle, que cuenta con una ordenanza específica al respecto (publicada en el Boletín Oficial de la Provincia de Zamora nº 131, en noviembre de 2010). En algunos casos se califican como bodegas y se detalla la superficie, como es el caso de Cerecinos de Campos, donde existe también una ordenanza específica para el suelo urbano del tipo «Zona Bodegas: elemento típico del paisaje urbano del municipio».

No existe un único patrón de ubicación. Su localización las sitúa, indistintamente, en los bordes más próximos de los pueblos o en zonas más alejadas. Lo que sí es muy frecuente en gran parte de los núcleos de población por los que se extiende la DOP es que estos tengan dos y hasta tres barrios de bodegas, aunque desigualmente atendidos. Hasta la fecha, ha de subrayarse además la escasa o nula atención y dedicación prestada por agentes públicos y privados a su promoción, lo que sin embargo contrasta con su destacado potencial.

El paisaje de estos barrios de bodegas es, en determinados casos, de una gran plasticidad, especialmente según la perspectiva y ángulo de observación. Se observa una sucesión de entradas y accesos a lo largo de las calles en que se disponen, o bien un verdadero mar de respiraderos o “zarceras”, que se dibuja sobre los montículos bajo los que se suceden las galerías subterráneas. Presenta un notable valor estético proporcionado por su arquitectura y su disposición (ver Figuras 18, 19, 20 y 21).

Son bodegas subterráneas, como las que hay en las otras dos DOP, pero la diferencia entre las de los Valles de Benavente, con respecto a las del sureste zamorano, radica precisamente en el gran valor de su arquitectura, su orden, su disposición interna, etc. También destaca por su carácter de conjunto y su cierta compacidad, definiendo lo que en sí mismo es un “barrio” propiamente dicho. En algunos núcleos como Quiruelas de Vidriales, Villabrázaro o Coomonte, las bodegas alcanzan un mayor tamaño: ello hace que su localización se haga por la numeración que las individualiza a cada una. Su trazado interno, la

morfología de su planta, está formado por tres o cuatro calles paralelas, otras entrecruzadas y hasta algunos pequeños espacios de cruce a modo de pequeñas plazuelas donde convergen las calles. Su individualización sobre la ortofotografía es muy reveladora y singular. Sus fechas de construcción también difieren, pues las hay que remontan hasta el siglo XIX.

Pueden identificarse diferentes barrios según distintos criterios, lo que subraya la diversidad tipológica de esta arquitectura agraria y su riqueza patrimonial: según la tipología exterior (tipo y forma o diseño de la cubierta, materiales distintos en el acceso, en la cubierta, etc.); según los tipos de bodegas que albergan (nuevas, antiguas y de distintas formas, con pasillo de bajada central o abriéndose bodegas en los laterales, etc.) y también según la localización, como antes se ha señalado (dentro del pueblo, en sus bordes o más alejados).

Sin embargo, no hay ninguna ruta de barrios de bodegas certificada y difundida como las tienen otras DOP vitivinícolas. El espacio geográfico abarcado por la DOP «Valles de Benavente» se caracteriza por ser una zona donde los procesos de patrimonialización y puesta en valor a través de su promoción y oferta turística se han centrado en un conjunto de elementos diferenciados, fundamentalmente históricos e arqueológicos, pero sin prestar aún atención a un recurso tan representativo del paisaje vitivinícola, como son los barrios de bodegas tradicionales, lo cual no deja de ser bastante paradójico. Constituyen un bien patrimonial de referencia que puede ser puesto

FIGURA 18
BARRIO DE BODEGAS “ZORRILLA” (MORALES DE REY, ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 15-02-2019.

FIGURA 19
BARRIO DE BODEGAS DE VILLABRÁZARO (ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 22-02-2019.

FIGURA 20
BARRIO DE BODEGAS DE COOMONTE (ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 15-02-2019.

FIGURA 21
BARRIO DE BODEGAS DE COLINAS DE TRASMONTE
(ZAMORA)



Fuente: Fotografía de los autores, 22-02-2019.

en valor, de modo que contribuya a impulsar al desarrollo local y servir de elemento conductor de una propuesta más amplia que incorpore otros recursos patrimoniales de la zona.

CONCLUSIONES

Los paisajes culturales del viñedo, analizados en las tres DOP, tienen un especial valor patrimonial, pero son también un recurso importante para el desarrollo territorial. La creciente oferta enoturística, vinculada a las denominaciones de origen y a la producción de vinos de calidad, favorece la diversificación económica de estos espacios de tradición agrícola. De los tres casos elegidos, sólo la DOP de Toro puede calificarse exitosa. Las propuestas formuladas han conseguido muy desigual consolidación y empuje. En la DOP Tierra del Vino es muy débil el impulso que se le ha dado, mientras que es inexistente en la DOP Valles de Benavente, en la que, sin embargo, existe un recurso patrimonial -los barrios de bodegas tradicionales- con una elevada potencialidad.

En el caso de la DOP de Toro, se han venido promoviendo fórmulas e iniciativas ligadas al turismo del vino. Ello se ha hecho desde el ámbito institucional (el Ayuntamiento toresano y otros ayuntamientos que están dentro del territorio de la DOP, el mismo Consejo Regulador, etc.) y el empresarial (la mayor parte de las bodegas). Sin embargo, ni la implicación abarca a la totalidad de las bodegas, ni algunas de estas propuestas acaban de materializarse todavía. Así, por ejemplo, la Ruta del Vino de Toro acaba de iniciar su andadura. En el caso de la Tierra del Vino aún no se ha planteado nada de forma decidida y concreta.

Para estudiar la demanda turística, las series estadísticas son aún cortas. Pese a todo, sí parece existir un cierto desajuste entre el volumen de visitantes que una ciudad como Toro atrae y la parte de los mismos que parece interesarse por conocer algunas de las iniciativas vinícolas mencionadas. Queda todavía mucho camino por andar.

Por lo que hace referencia a la DOP Valles de Benavente, no se ha hecho prácticamente nada por intentar recuperar y poner en valor el notable patrimonio agrario que representan sus barrios de bodegas tradicionales: ni por parte de la administración y sus instituciones, ni de los colectivos ni de las asociaciones de vecinos. Tan sólo se ha querido promover una cierta imagen territorial, una marca específica (Valles de Benavente) en un sentido más amplio, no sólo ligada al vino: se ha propuesto desde algunos ayuntamientos, desde el grupo de acción local que

actúa en la comarca y desde la Diputación Provincial, tomando como principal reclamo de difusión y promoción las referencias arqueológicas e históricas, así como algunas unidades y elementos naturales (ríos y valles).

Parece lógico, pues, hacer una apuesta decidida por la recuperación y gestión de los barrios de bodegas tradicionales, por lo menos por aquellos que en función de su estado y mantenimiento tienen un potencial más destacado, convirtiendo este recurso en elemento aglutinante de promoción de la DOP Valles de Benavente y de la contigua DOP León. Sería muy oportuno, para que ello fuese viable, promover de antemano un plan director y estratégico que tome los barrios como objeto central de intervención y cuyos principales objetivos y retos serían los siguientes: realizar un inventario y catálogo preciso de estos barrios, en el que se recojan indicadores detallados; lograr la implicación de agentes públicos y privados, especialmente de estos últimos, titulares de estas construcciones; lo anterior precisaría, entre otros instrumentos, de ayudas específicas dirigidas a la reconstrucción y arreglo de muchas de estas bodegas, por lo menos de aquellos barrios que presenten mejor estado de conservación, donde aún pueda intervenir; para conseguir esta implicación, sería deseable,

igualmente, superar las trabas legales y administrativas que existan derivadas de combinar suelo público con edificación privada; también se precisaría definir los usos posibles y sostenibles que se podrían dar a estas construcciones. Sería muy positivo, asimismo, formular y difundir una oferta de promoción de marca territorial de la zona donde, siendo éste recurso el más destacado, se integrasen las actuaciones de valorización de otros recursos territoriales y en la que, al mismo tiempo, se diseñasen rutas que transiten por los barrios de bodegas que se seleccionen. Así, un bien territorial y patrimonial que sólo hasta el momento es visto como una peculiaridad etnológica de todo este espacio y un recurso potencial, se debería convertir en un recurso realmente puesto en valor.

RECONOCIMIENTOS

Esta aportación se inscribe en el Proyecto de Investigación I+D CSO2016-79756-P (AEI/FEDER, UE). Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento, convocatoria 2016.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación de la Ruta del Vino de Toro (2019). *Ruta del Vino de Toro*. Recuperado de <https://www.rutavinotoro.com/>
- Baraja, E., Herrero, D., Martínez, M. y Plaza, J.I. (2019). Turismo y desarrollo vitivinícola en espacios de montaña con “alta densidad patrimonial”, *Cuadernos de Turismo* (43), 97-122. doi: <https://doi.org/10.6018/turismo.43.04>
- Bodega Histórica del Vino de Toro (2019). *La Historia del Vino de Toro en una Bodega*. Recuperado de <http://www.bodegahistoricadelvinodetoro.es/>
- Cañizares, M.C. y Ruiz, A.R. (2014). Evolución del paisaje del viñedo en Castilla-La Mancha y revalorización del patrimonio agrario en el contexto de la modernización. *Scripta Nova. Revista de Geografía y Ciencias Sociales*, XVIII(498), 1-18. doi: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-498.htm>
- Carlsen, J. (2004). A review of global wine tourism research. *Journal of Wine Research*, 15(1), 5-13. doi: <https://doi.org/10.1080/0957126042000300281>
- Charters, S. y Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23(3), 311-319. doi: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00079-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00079-6)
- Clemente, J.S., Escribá-Pérez, C., Rodríguez-Barrio, J.E. y Buitrago, J.M. (2012). The potential wine tourist market: the case of Valencia (Spain). *Journal of Wine Research*, 23(2), 185-202. doi: <https://doi.org/10.1080/09571264.2012.678934>
- Climent, E.A. y Esteban, S. (2017a). Patrimonio y señas de identidad: elementos de desarrollo territorial en la Denominación de Origen Protegida del vino del Valle del Ebro. *XLIII Reunión de Estudios Regionales-XIII Congreso de Ciencia Regional de Andalucía*. Recuperado de <https://old.reunionesdeestudiosregionales.org/sevilla2017/es/xliii-reunion-de-estudios-regionales/papers.html>

- Climent, E.A. y Esteban, S. (2017b). Las denominaciones de origen protegidas del vino en la construcción del territorio. En *Naturaleza, Territorio y Ciudad en un Mundo Global. Actas del XXV Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles (Madrid, 25-27 de octubre de 2017)* (pp. 1828-1837). Madrid, España: Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid.
- Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Vino de Calidad de Valles de Benavente (2019). *D.O.P. Vinos de Calidad Valles de Benavente*. Recuperado de <http://vallesdebenavente.org/>
- Consejo Regulador de la Denominación de Origen Tierra del Vino de Zamora (2019). *Denominación de Origen Tierra del Vino*. Recuperado de <http://www.tierradelvino.net/>
- Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vino de Toro (2019). *Denominación de Origen Toro*. Recuperado de <https://www.dotoro.com/es/>
- Elías, L.V. (2014). Los museos del vino y el enoturismo. *RdM. Revista de Museología: Publicación científica al servicio de la comunidad museológica*, (60), 21-27.
- Enoturismo Castilla y León (2019). *Enoturismo de Castilla y León. Rutas del Vino de Castilla y León*. Recuperado de <http://www.enoturismocyl.com/>
- Getz, D. (2000). *Explore Wine tourism. Management, development and destinations*. Nueva York, USA: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. y Brown, G. (2006). Benchmarking wine tourism development. *International Journal of Wine Marketing*, 18(2), 78-97. doi: <https://doi.org/10.1108/09547540610681077>
- González, M^a.L. (2017). Enoturismo y entornos sostenibles. *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, 193(785), 1-12. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3005>
- Hall, C.M. y Mitchell, R. (2000). Wine Tourism in the Mediterranean: A Tool for Restructuring and Development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4), 445-465.
- López-Guzmán, T., Rodríguez García, J. y Vieira Rodríguez, A. (2013). Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España. *Cuadernos de Turismo*, (32), 171-188. Recuperado de REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA SOBRE ENOTURISMO EN ESPAÑA (redalyc.org)
- Martínez, M., Baraja, E. y Molinero, F. (2019). Criterios de la UNESCO para la declaración de regiones vitícolas como paisaje cultural: su aplicación al caso español. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (80), 1-33. doi: <https://doi.org/10.21138/bage.2614>
- Martínez, M. y Molinero, F. (2019). El valor patrimonial del paisaje como imagen de calidad en la estrategia comercial de los territorios vitivinícolas del Duero. *Cuadernos Geográficos*, 58(3), 169-194. doi: <http://dx.doi.org/10.30827/cuadgeo.v58i3.8837>
- Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2018). *Datos de las denominaciones de origen protegidas de vinos (DOPs). Campaña 2016/2017*. Madrid, España: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Secretaría General Técnica, Centro de Publicaciones.
- Mitchell, R. y Hall, C.M. (2006). Wine tourism research: the state of play. *Tourism Review International*, 9(4), 307-332. doi: [10.3727/154427206776330535](https://doi.org/10.3727/154427206776330535)
- Molinero, F. (2011). Los paisajes del viñedo en Castilla y León: tradición, renovación y consolidación. *Polígonos. Revista de Geografía*, (21), 79-111. doi: <http://dx.doi.org/10.18002/pol.v0i21.27>
- Pagos del Rey (2019). *Museo del Vino Pagos del Rey*. Recuperado de <http://www.pagosdelreymuseodelvino.com>
- Plaza, J.I. (2016). El valor patrimonial de los paisajes rurales. Algunos ejemplos. En J.F. Vera, J. Olcina y M. Hernández (Eds.), *Paisaje, cultura territorial y vivencia de la Geografía. Libro homenaje al profesor Alfredo Morales Gil* (pp. 346-360). Alicante, España: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Plaza, J.I. y Fernández, R. (2018). Valores patrimoniales de los paisajes culturales del viñedo y criterios para su gestión: el ejemplo de las denominaciones de origen "Toro" y "Tierra del Vino" (Zamora). En E. Cejudo García, F.A. Navarro Valverde y J.A. Camacho Ballesta (Eds.), *Nuevas realidades rurales en tiempos de crisis: territorios, actores, procesos y políticas* (pp. 888-899). Granada, España: EUG (Ediciones Universidad de Granada).
- Plaza, J.I. y Fernández, R. (2019). Promoción y difusión de los valores asociados al paisaje patrimonial del viñedo a través de iniciativas turísticas: el

ejemplo de las denominaciones de origen “Toro” y “Tierra del Vino”. En *XII Congreso Iberoamericano de Estudios Rurales (CIER). Territorios globales, ruralidades diversas. Libro de Actas; (Segovia; 4-6 de julio de 2018* (pp. 398-401). Segovia, España: Ed. Asociación Española de Economía Agraria (AEEA).

Silva, R., Fernández, V., Molinero, F. (2016). El carácter del paisaje como medio para la identificación de los valores patrimoniales del viñedo español. En A. Ruiz Pulpón, M.A. Serrano de la Cruz, J.J. Plaza

Tabasco (coords.) *Treinta años de Política Agraria Común en España: Agricultura y multifuncionalidad en el contexto de la nueva ruralidad* (pp.900-915). Ciudad Real, España: Asociación de Geógrafos Españoles (AGE).

Silva, R., Fernández, V. (2017). El nuevo paradigma del patrimonio y su consideración con los paisajes: conceptos, métodos y perspectivas. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 63(1), 129-151. doi: <https://doi.org/10.5565/rev/dag.344>